

Анкета ППС

ФИО преподавателя	Кожомбердиева Жылдыз Телемишевна
Название дисциплины	“Медиарилейшнз и сязи со СМИ№, “Практический курс профессионального перевода”, “интернет-маркетинг”, “Управление агентством рекламы и СО отделом рекламы и СО в организации”.
Электронная почта	k.jyldyz@mail.ru
Должность	доцент
Образование	высшее
Ученая степень	кандидат филологических наук
Ученое звание	
Стаж работы (общий, педагогический)	Общий - 22, педагогический - 18
Членство в научных и профессиональных обществах	Член Ассоциации коммуникаторов Кыргызстана
Награды	2009г. –Почетная грамота КНУ им. Ж.Баласагына 2011г. –Почетная грамота КНУ им. Ж.Баласагына 2013г. -Почетная грамота КНУ им. Ж.Баласагына 2014г. –Почетная грамота КНУ им. Ж.Баласагына 2014г.-Заслуженный исследователь КНУ им. Ж.Баласагына
Общественная работа	2016-2017. – член учебно-методического совета КНУ им. Ж.Баласагына 2016г. по наст. времени – член Ученого совета КНУ им. Ж.Баласагына 2016г – зам. ответственного секретаря приемной комиссии КНУ им. Ж.Баласагына. 2015г. Секретарь УИК №1060 2017г – зам. ответственного секретаря приемной комиссии КНУ им. Ж.Баласагына.

Анкета дисциплины

Название дисциплины	Практический курс профессионального перевода.
Объем дисциплины в кредитах	3 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	Ознакомить студентов с основными положениями современного переводоведения, создать у них теоретическую и практическую базу для формирования умений и навыков перевода, необходимых в их будущей профессиональной деятельности.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	межкультурная коммуникация, копирайтинг технология управления общественным мнением
Используемая литература и источники	1.Виноградов В.С. Введение в переводоведение. – М., 2010.

	<p>2.Латышев Л.К. Технология перевода. - М. 2000.</p> <p>3.Казакова Т.А. Практические основы перевода. СПб, 2002.</p> <p>4.Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М. 2014.</p> <p>5.Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М: этс, 2004.</p>
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	Кожомбердиева Ж.Т.

Анкета дисциплины

Название дисциплины	«Медиарилейшнз и связи со СМИ»
Объем дисциплины в кредитах	3 кредита
Семестр	2 семестр
Цель дисциплины	Целью учебной дисциплины «Медиарилейшнз» является формирование у студентов целостной и внутренне взаимосвязанной системы представлений о деятельности в сфере коммуникации современной организации со средствами массовой информации, субъектах данной деятельности, базовых процессах и PR-технологиях, применяемых в её ходе.
Пререквизиты дисциплины	теория и практика массовой коммуникации, технологии рекламы и СО в различных сферах деятельности
Постреквизиты дисциплины	Технология управления общественным мнением планирование и реализация рекламных и PR-кампаний, информационное обеспечение рекламы и PR
Используемая литература и источники	<p>Чумиков, А. Н.«Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов», ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014.</p> <p>2. Г.Н. Татарина «Современная пресс-служба», Учебное пособие, Омск 2012</p> <p>3. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М: Альпина Паблишер, 2012.</p> <p>4. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарелейшнз. – М., 2013</p> <p>5. Быков Илья Анатольевич «Медиарилейшнз в стиле он-лайн» - М., 2015</p>
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы

	обучения, презентация (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	Кожомбердиева Ж.Т.

Анкета дисциплины

Название дисциплины	Интернет-маркетинг
Объем дисциплины в кредитах	3 кредита
Семестр	2 семестр
Цель дисциплины	Формировать у студентов совокупности знаний в области теории и практики интернет-маркетинга; получение ими умений и навыков самостоятельной разработки программ интернет - маркетинга, овладении необходимым навыкам работы с базами данных, программами, обеспечивающими работу пользователей в компьютерных сетях, а также со специализированными информационными технологиями и системами в экономической сфере интернет маркетинга.
Пререквизиты дисциплины	Маркетинг, интернет-реклама, основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью,
Постреквизиты дисциплины	технологии рекламы и СО в различных сферах деятельности, планирование и реализация рекламных и PR-кампаний, информационное обеспечение рекламы и PR
Используемая литература и источники	1.Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики.- М КНОРУС, 2005. – 672 с. 2.Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: Учебник. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с. 3.Коротков А.В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 304 с. 4.Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2003. - 656 с. 5.Крылова Г.Д. Маркетинг: Учебник. – М.: Магистр, 2009. – 493 с. 6.Лашкова Е.Г., Куценко А.И. Маркетинг: Практика проведения исследований: Учебное пособие. – М.: «Академия», 2008. – 240 с.
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения, презентация (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	Кожомбердиева Ж.Т.

Анкета дисциплины

Название дисциплины	«Управление агентством рекламы и связей с общественностью и отделом рекламы и СО в организации»
Объем дисциплины в кредитах	3 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	Целью курса «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и отделом рекламы и СО в организации» является освоение магистрантами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Организация и поведение кампаний в сфере СО и рекламе технологии рекламы и СО в различных сферах деятельности, планирование и реализация рекламных и PR-кампаний, информационное обеспечение рекламы и PR
Используемая литература и источники	<ol style="list-style-type: none"> 1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М.:НИЦ Инфра-М, 2012 2. Джефкинс Ф. Реклама:Учебное пособие. Пер. с англ. М.: Финпресс, 2000. 3. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. М.: КноРус, 2014. 4. Связи с общественностью:учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 5. Связи с общественностью:учебное пособие. М.И. Тимофеев. 4-е изд. М.:ИЦ РИОР, 2009.
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения, презентация (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	Кожомбердиева Ж.Т.

Окутуучунун анкетасы

Окутуучунун аты-жөнү	Кожомбердиева Жылдыз Телемишевна
Дисциплинанын аталышы	Медиарилейшнз жана ММК менен байланыш, профессионалдык котормонун практикалык курсу, интернет-маркетинг, мекемедеги жарнама жана КБ бөлүмүн, жарнама жана КБ агентстволорун башкаруу.
Электрондук дарек	k.jyldyz@mail.ru
Кызматы	доцент
Билими:	жогорку
Окумуштуулук даражасы	филология илимдеринин кандидаты
Окумуштуулук наамы	
Эмгек стажы (жалпы, педагогикалык)	Жалпы - 22, педагогикалык - 18
Илимий жана кесиптик коомдордогу мүчөлүгү	Кыргызстандын Коммуникаторлор ассоциациясынын мүчөсү
Илимий изилдөө ишмердүүлүгү	20 ашуун илимий басылмалар
Сыйлыктары (мамлекеттик, КРдин ББЖИМнин, КУУнун ж.б.)	Ж. Баласагын атындагы КУУнун ардак грамотасы (2009ж) Ж. Баласагын атындагы КУУнун ардак грамотасы (2011ж.) Ж.Баласагын атындагы КУУнун ардак грамотасы (2013ж.), Ж.Баласагын атындагы КУУнун ардак грамотасы (2014ж.) Ж.Баласагын атындагы КУУнун эмгек сиңирген изилдөөчүсү (2014ж)
Коомдук иштер	1.2016-2017ж. Ж.Баласагын атындагы КУУнун окуу-методикалык кеңешинин мүчөсү 2.2016ж.- азыркы учурга чейин Ж.Баласагын атындагы КУУнун Окумуштуулар кеңешинин мүчөсү 3.2016ж. Ж.Баласагын атындагы КУУнун кабыл алуу комиссиясынын жооптуу катчысынын орун басары 4.2015 ж. №1060 шайлоо участкасынын катчысы 5.2017ж. Ж.Баласагын атындагы КУУнун кабыл алуу комиссиясынын жооптуу катчысынын орун басары

Дисциплинанын аталышы	Профессионалдык котормонун практикалык курсу
Дисциплинанын кредиттеги өлчөмү	3 кредит
Семестр	3 семестр
Дисциплинанын максаты	Студенттерди учурдагы котормо таануунун негизги жоболору менен тааныштыруу, кесиптик ишмердүүлүктө керектелүүчү көндүмдөр менен билгичтиктерди котормодо колдонууда

	теориялык жана практикалык билимди калыптандыруу.
Дисциплинанын пререквизиттери	маданият аралык коммуникация, копирайтинг
Дисциплинанын постреквизиттери	коомдук пикирди башкаруунун технологиялары
Колдонулган адабияттар жана булактар	Виноградов В.С. Введение в переводоведение. – М., 2010. Латышев Л.К. Технология перевода. - М. 2000. Казакова Т.А. Практические основы перевода. СПб, 2002. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М. 2014. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М: этс, 2004
Окутуунун методдору	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөй койуу методу, студенттердин шмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
Окутуучунун аты-жөнү	Кожомбердиева Ж.Т.

Дисциплинанын аталышы	«Медиарилейшнз жана ММК менен байланыш»
Дисциплинанын кредиттеги өлчөмү	3 кредит
Семестр	2 семестр
Дисциплинанын максаты	Студенттерде мекемелердин ишмердүүлүгүндө массалык маалымат каражаттардын, базалык процесстер жана PR-технологиялардын азыркы учурда тыгыз байланышын жана колдонулушун калыптандыруу.
Дисциплинанын пререквизиттери	массалык коммуникациянын теориясы жана практикасы
Дисциплинанын постреквизиттери	коомдук пикирди башкаруунун технологиялары, жарнама жана PR-кампанияларын пландоо жана ишке ашыруу, PR жана жарнаманы маалымат жактан камсыздоо.
Колдонулган адабияттар жана булактар	1.Чумиков, А. Н.«Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов», ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. 2.Г.Н. Татаринова «Современная пресс-служба», Учебное пособие, Омск 2012 3. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М: Альпина Паблшер, 2012. 4. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с

	<p>общественностью: основы медиарелейшнз. – М., 2013</p> <p>5. Быков Илья Анатольевич «Медиарилейшнз в стиле он-лайн» - М., 2015</p>
Окутуунун методдору	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөй койуу методу, студенттердин шмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
Окутуучунун аты-жөнү	Кожомбердиева Ж.Т.

Дисциплинанын аталышы	«Интернет-маркетинг»
Дисциплинанын кредиттеги өлчөмү	3 кредит
Семестр	2 семестр
Дисциплинанын максаты	Студенттерге интернет-маркетинг боюнча теориялык жана практикалык билимдерди калыптандыруу менен бирге интернет-маркетинг боюнча программаларды түзүүгө, интернет-маркетингдин экономика чөйрөсүндө маалыматтык технологиялар системасын колдонуу, компьютерде база жана башка программалар менен иштөө боюнча керектелүүчү көндүмдөрдү калыптандыруу.
Дисциплинанын пререквизиттери	маркетинг, интернет-жарнама, жарнама жана коомчулук менен байланыштагы менеджменттин негиздери
Дисциплинанын постреквизиттери	Ар кайсы чөйрөдө жарнама жана коомчулук менен байланыш технологиялар, жарнама жана PR-кампанияларын пландоо жана ишке ашыруу
Колдонулган адабияттар жана булактар	<p>Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.</p> <p>Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: Учебник. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с.</p> <p>Коротков А.В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 304 с.</p> <p>Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М. Вильямс, 2003. - 656 с.</p> <p>Крылова Г.Д. Маркетинг: Учебник. – М.: Магистр, 2009. – 493 с.</p> <p>Лашкова Е.Г., Куценко А.И. Маркетинг: Практика проведения исследований: Учебное пособие. – М.: «Академия», 2008. – 240 с.</p> <p>Семенов Н.А. Маркетинг: Учебное пособие. – Тверь: ТГУ, 2007. – 100 с.</p>

Окутуунун методдору	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөй койуу методу, студенттердин шмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
Окутуучунун аты-жөнү	Кожомбердиева Ж.Т.

Дисциплинанын аталышы	«Мекемедеги жарнама жана коомчулук менен байланыш бөлүмүн, жарнама жана коомчулук менен байланыш агентстволорун башкаруу»
Дисциплинанын кредиттеги өлчөмү	3 кредит
Семестр	3 семестр
Дисциплинанын максаты	Магистранттарда PR ишмердүүлүгүнүн теориялык негиздерин өздөштүрүү менен бирге жарнама жана коомчулук менен байланыш чөйрөсүндө иштөөдө кесиптик көндүмдөрдү калыптандыруу
Дисциплинанын пререквизиттери	Жарнама жана коомчулук менен байланыш тармагында кампанияларды жүргүзүү жана уюштуруу
Дисциплинанын постреквизиттери	Ар кайсы чөйрөдө жарнама жана коомчулук менен байланыш технологиялар, жарнама жана PR-кампанияларын пландоо жана ишке ашыруу
Колдонулган адабияттар жана булактар	1.Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М.:НИЦ Инфра-М, 2012 2.Джефкинс Ф. Реклама:Учебное пособие. Пер. с англ. М.: Финпресс, 2000. 3.Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. М.: КноРус, 2014. 4.Связи с общественностью:учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 5Связи с общественностью:учебное пособие. М.И. Тимофеев. 4-е изд. М.:ИЦ РИОР, 2009.
Окутуунун методдору	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөй койуу методу, студенттердин шмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
Окутуучунун аты-жөнү	Кожомбердиева Ж.Т.